

## **A Estratégia de Acesso ao Mercado da União Europeia: Prioridades e Objetivos**

O comércio internacional tem desempenhado um papel cada vez mais importante na economia mundial, sendo o centro do modelo económico de competitividade da Europa, contribuindo para a promoção do crescimento sustentável e do emprego.

A primeira estratégia de acesso ao mercado surge em 1996, com a criação da Organização Mundial do Comércio (OMC), visando a liberalização progressiva do comércio internacional, tornando-o mais transparente e previsível, mais competitivo, não discriminatório e mais favorável aos países menos desenvolvidos.

A atuação da OMC é orientada por princípios base: o da *Nação Mais Favorecida* e o do *Tratamento Nacional*. O primeiro obriga a que qualquer parte estenda às demais as condições mais vantajosas que tenha atribuído a um dos membros da OMC. O segundo obriga a um tratamento dos produtos importados equivalente aos produtos nacionais, após a entrada num dado país.

Apesar de ter sido alvo de reformulações, fruto da necessidade de alinhamento com a evolução do comércio mundial e dos processos de integração regional prosseguidos pelas diversas economias, a OMC reúne governos e territórios aduaneiros que estabelecem, aplicam e fazem cumprir as regras globais para o comércio entre si de 164 membros, representando 98% do comércio mundial.

Face aos novos desafios internos e externos e à adoção de um novo modelo de crescimento mais sustentável, assente no *Pacto Ecológico Europeu* e na *Estratégia Digital Europeia*, a UE adotou uma política comercial reforçando as questões da sustentabilidade, em linha com os *Objetivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas*. A estratégia definida, em 2021, está assente nos princípios de comércio aberto e de cooperação, na defesa dos interesses e valores da UE, na contribuição para a recuperação económica, no apoio à transformação verde e digital e prevê o reforço do multilateralismo no âmbito da reforma das regras do comércio global. Assim, cada vez mais e no que respeita aos novos padrões de sustentabilidade, tem sido apontada a necessidade de um reforço das exigências em termos de reciprocidade e medidas de espelho nas relações comerciais.

Sendo a Política Comercial uma competência exclusiva da UE, a UE gere as relações comerciais com os países terceiros através de acordos comerciais bilaterais e multilaterais. Em geral, os acordos são complexos e abrangem um vasto leque de atividades, desde a agricultura à propriedade intelectual, no entanto, partilham uma série de princípios fundamentais comuns à OMC, relativos à não discriminação, à previsibilidade e à concorrência leal e são concebidos para criar melhores oportunidades, facilitar a abertura de mercados terceiros às exportações da UE, especialmente através da eliminação de barreiras pautais e não pautais, tais como barreiras técnicas ao comércio e medidas sanitárias e fitossanitárias, impostas entre os países.

A Comissão Europeia disponibiliza informação completa sobre os mercados externos, através da plataforma online [Access2Markets](#), que permite aos exportadores procurar, de forma fácil e rápida, informação sobre as condições e formalidades exigidas na exportação para mercados fora da UE, nomeadamente os direitos aplicados à exportação e impostos ao consumo. Esta plataforma inclui ainda uma ferramenta de autoavaliação das Regras de Origem a [ROSA](#) (*Rules of Origin Self-Assessment*) e permite reportar problemas de acesso ao mercado em países terceiros no [Ponto Único de Entrada](#) (SEP) da Comissão Europeia.